

Asociación de Historia Contemporánea
Actas del XIV Congreso

DEL SIGLO XIX AL XXI. TENDENCIAS Y DEBATES
(Alicante, 20-22 de septiembre de 2018)

Mónica Moreno Seco (coord.)
Rafael Fernández Sirvent y Rosa Ana Gutiérrez Lloret (eds.)



**BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES**
www.cervantesvirtual.com

Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes
Alicante, 2019

Asociación de Historia Contemporánea. Congreso (14.º. 2018. Alicante)

Del siglo XIX al XXI. Tendencias y debates: XIV Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea, Universidad de Alicante 20-22 de septiembre de 2018 / Mónica Moreno Seco (coord.) & Rafael Fernández Sirvent y Rosa Ana Gutiérrez Lloret (eds.)

Alicante, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. 2019. 2019 pp.

ISBN: 978-84-17422-62-2

Alicante, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2019.

Este libro está sujeto a una licencia de “Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)” de Creative Commons.



© 2019, Asociación de Historia Contemporánea. Congreso

Algunos derechos reservados

ISBN: 978-84-17422-62-2

Portada: *At School*, Jean-Marc Côté, h. 1900.

TURISMO Y DESARROLLO MODERNIZADOR EN ANDALUCÍA. LA GRUTA DE LAS MARAVILLAS DE ARACENA (HUELVA) COMO DESTINO TURÍSTICO DE NATURALEZA Y SU EVOLUCIÓN ENTRE LAS DÉCADAS DE 1920 Y 1930

Omar Romero de la Osa Fernández
(Investigador independiente)

Introducción

La Gruta de las Maravillas es uno de los destinos turísticos más significativos de Andalucía como demuestran los últimos datos conocidos que cifran en 172.514 visitantes en el pasado año de 2017 (MOYA 2017). Una historia que comienza desde muy temprano desde que abriese al público en 1914 y que ha generado una producción científica en los últimos años de las cuales, dos de ellas, hacen referencia a la historia y evolución de la cueva que han permitido establecer las trazas de su conocimiento a mediados del siglo XIX y posterior apertura al público como operador turístico (MARTÍN *et al.*, 1995: 11-19; ROMERO *et al.*, 2010: 9-20).

En este contexto, la bibliografía científica sobre la historia de la Gruta de las Maravillas adolece un análisis respecto al conocimiento de la situación turística en Aracena en su primera etapa de gestión de la cueva entre 1914 a 1933. En esta comunicación contamos con la base de la documentación económica más antigua conservada, por lo que debemos tener en cuenta las cautelas respecto a los datos obtenidos de los visitantes, pues no contamos con estadísticas hasta la década de los setenta del siglo XX para nuestro caso de estudio.

Por ello el objetivo principal es explorar la contabilidad y los libros de firmas conservados del periodo 1914-33 como base documental para ampliar la historia del turismo en Aracena. El interés científico estriba en la presentación de datos de un periodo especialmente difícil de abordar por la inexistencia de estadísticas.

La estructura del artículo es la que sigue: en primer lugar se detalla las fuentes documentales y el método empleado, para pasar a continuación a presentar su evolución en el periodo estudiado que es la de su gestión privada por parte de Javier Sánchez-Dalp y de Juan del Cid. Seguidamente, el tercer y cuarto apartado se centra en los aspectos de la demanda turística para abordar el perfil del turista de naturaleza en el primer tercio del siglo XX. Y finalmente se exponen las principales conclusiones.

Metodología

Este trabajo trata de reconstruir la actividad turística de un periodo embrionario del turismo en España y en el que adolece de datos básicos hasta las estadísticas del Patronato Nacional de Turismo entre 1929 y 1933. En nuestro caso de estudio se recurre a dos fuentes primordiales: la económica y los libros de firmas conservados en el Archivo Municipal de Aracena.

Se ha procedido al vaciado de un libro de contabilidad de la Gruta de las Maravillas desde 1918 hasta 1933 siendo los datos más antiguos conservados por el que intentamos reconstruir datos básicos como el número de visitantes, los ingresos y gastos donde poder rastrear políticas de publicidad o el interés por adecuar las instalaciones para ofrecer un mejor servicio al turista visitante. De otro lado nos acercamos al perfil del turista a través de los libros de firmas que se colocaba en el edificio de entrada a partir de 1924.

El método de trabajo se divide en tres fases: la primera se centra en la consulta de las fuentes con la recopilación y explotación primaria de los datos y su posterior análisis del turismo en Aracena. En la primera fase se procede al vaciamiento de un libro de contabilidad conservado en el Archivo Municipal de Aracena (AMA legajo 708) de la gestión de la Gruta de las Maravillas entre los años 1918 a 1933 coincidente en su primera etapa donde se detalla una contabilidad sencilla de ingresos y gastos, datos que han permitido reconstruir la estrategia de publicidad, la organización del personal, las obras de adecuación y lo más importante el número de visitantes a través de los ingresos efectuados primero por meses y posteriormente cada quince días. En este último caso, el volumen de visitantes se ha podido conocer con cierto margen de error pues no existe una estadística del periodo, en cambio, sí conocemos los ingresos así como el precio de 2 pesetas de las entradas por los pagos a las imprentas que las imprimieron, de esta manera podemos saber el número de visitantes pero siempre con cautela, pues no hay constancia de descuentos pero si una entrada de 15 pesetas para grupos que no tuvo aceptación según se desprende de los libros de firmas.

También se efectúa el vaciamiento de cinco libros de firmas conservados del periodo estudiado entre 1924 a 1932 (AMA legajos 220, 221 y 222) trasladando a una hoja Excel los siguientes datos: firma, procedencia, cuando se produjo la visita y si escribe algún comentario. Esta serie de datos no aparecen siempre, pero si nos da una aproximación básica del perfil del turista, en este caso, ha sido útil los 241 comentarios que sobre su visita quisieron dejar constancia a lo largo del periodo.

La gestión personalista de la Gruta de las Maravillas

A comienzos del siglo XX se entendió que el turismo era básicamente una cuestión artística y cultural tal y como se expresó la Comisión Regia de Turismo y Cultura Artística Popular (MORENO 2005: 31-54). En el caso de Aracena es inseparable hablar de turismo sin entender el papel de Javier Sánchez-Dalp, primer Marqués de Aracena. Hubo una identificación absoluta entre la gestión de la Gruta de las Maravillas y Aracena pudiéndose definir como una autentica creación personal debido a varias razones: de familia adinerada, detentaba el poder tal y como se ha definido como un cacicato estable (PEÑA 1998), además fue Jefe del Partido Conservador de Huelva llegando a ser Diputado Provincial, Diputado a Cortes y Senador. Una situación que le reportó su cercanía personal al círculo de Alfonso XIII, monarca que giró dos visitas a Aracena en 1915 y 1929.

Por encima del poder de la familia Sánchez-Dalp fue definitiva la condición de los hermanos Javier y Miguel Sánchez Dalp, dos apasionados del arte, la arqueología y la cultura. Lo que más trasciende de su biografía es la de haber sido presidentes del Ateneo de Sevilla, la de poner en marcha la Sociedad de Defensa Artística de Sevilla que fue muy productiva a comienzos de siglo XX, en los años preparativos a la Exposición Iberoamericana de 1929, donde pudieron paralizar

ciertas obras de adecuación del barrio de Santa Cruz para dejarlo como escaparate de la arquitectura popular (TENA 2016: 481-498), fueron defensores del regionalismo arquitectónico apoyando al arquitecto Aníbal González, crearon un Plan de Ordenación Urbana de Sevilla en 1912 y además dieron ejemplos construyendo o adecuando palacios en Sevilla (SALAS 2017). Una pasión que tuvo su correlación en su ciudad natal, construyendo en Aracena números edificios encargados a Aníbal González entre ellos el edificio de entrada a la Gruta de las Maravillas (DÍAZ 1996).

Dentro de ésta dinámica y del ambiente vivido en la Sevilla de principios del siglo XX como la organización en Sevilla de la fiesta España en Sevilla organizada por Luis Rodríguez Caso en 1909 y la formación de la Comisión Gestora en 1910, los hermanos Sánchez-Dalp, se impusieron la tarea personal de señalar a Aracena como una sede de turismo natural. La idea se gestó a partir de 1909 (GRACIANI 1933: 142) y su adecuación turística se produjo entre 1911 a 1914 cuando se abre al público siendo uno de los primeros ejemplos en España de turismo de naturaleza.

Acciones y proyección

El marco por el que la Gruta de las Maravillas se inicia como un operador turístico entronca con la incipiente economía del turismo en España y la necesidad de atraer capital de esta nueva actividad económica (PELLEJERO 2002: 233-265) y por ello no se vio mal que fuese un proyecto privado del Marqués de Aracena con participación del Ayuntamiento de Aracena, puesto que el otro nombre que sobresale en este proyecto será Juan del Cid, alcalde en dicho periodo (Imagen. González 1950).

Sin duda la principal actividad de estos dos personajes fue la de llevar a cabo un programa con dos objetivos: por un lado adecuar la Gruta de las Maravillas para ser visitada y en segundo lugar la promoción de la misma para atraer turistas.

En primer lugar encargarían el proyecto de adecuación al ingeniero de la Sociedad Santa Teresa de Electricidad Francisco Carvaláez y D'Almeida y Luis Schütz los trabajos de apertura, de entrada, las galerías de acceso y pasamanería (GONZÁLEZ 1950). Un proyecto desarrollado en dos grandes fases, una primera de adecuación de los primeros tramos descubiertos y una segunda en la que se unen los tramos acondicionados en la primera fase, realizando un circuito circular (ROMERO *et al.*, 2010: 9-20).

El otro gran pie del proyecto fue su promoción. Ésta se produjo en dos vertientes, por un lado mediante la propaganda fundamentalmente con la realización de fotografías por los aficionados a la fotografía Víctor González del Cid y José Manuel Tello Pedrinazzi a los que se fueron sumando los fotógrafos sevillanos José Cantos López y Enrique Ducker en la década de los años veinte. En octubre de 1928 se compró y colocó en el edificio de entrada un estereoscopio marca A. Matthey de París, que se utilizó también como modo de recaudación.

A esto hay que sumarle un concurso de carteles de promoción en 1914 cuyo ganador fue el artista Miguel Ángel del Pino y Sardá. Conocemos que los carteles se emplearon en colocarlos mediante soporte de chapa en Sevilla con ocasión de la feria de abril, en la Venta del Alto (una población de Sevilla situada en el camino entre Sevilla y Aracena y en otros puntos de la carretera cercanos a Aracena entre 1927 y 1928 (AMA legajo 708) o la elaboración de un libro a modo de

guía por Eduardo López Cristino llamado *Mentés o guía para visitar la Gruta de las Maravillas* y publicado por la Imprenta Requena en 1924.

La otra gran vertiente se dispuso a la promoción mediante la visitas de personalidades como el caso de la Familia Real entre 1915 y 1929 (ROMERO *et al.*, 2010: 9-20). En julio de 1927 giró visita el Ministro de Marina y Trabajo para lo cual Paul Bouguet ofreció un almuerzo y el 22 de abril de 1929 lo hizo también el general Primo de Rivera. El interés que dirigió la dictadura hacia el turismo tuvo manifestación en la Gruta de las Maravillas y en Aracena, primero concediéndole el título de Muy culta Ciudad de Aracena y en segundo lugar incluyéndola en unos folletos realizados por la Junta de Propaganda Patriótica y Ciudadana de la labor de los últimos seis años, además Javier Sánchez Dalp encargó la realización de una maqueta de la Gruta de las Maravillas que fue expuesta en la Exposición Iberoamericana de Sevilla realizada por el topógrafo Alfredo Martín Beloso (AMA legajo 708).

Tampoco fue un desacierto invitar a Jorge Nacanha de Oliveira, Cónsul de Portugal en Sevilla en su visita de 21 de septiembre de 1924 (AMA legajo 220) por la cercanía de ambos países en el territorio. A dicho cónsul le sirvió de guía el escritor aracenes José Andrés Vázquez, que se convertiría en una fuerte figura dentro de la promoción de la cueva pues también fue notable la política de atracción a través de congresistas en las que el escritor también hizo de enlace entre Sevilla y Aracena. Así el 3 de junio de 1923 llegaron desde Sevilla los periodistas asistentes al Congreso de la Asociación de la Prensa, posteriormente también se obsequió con la visita y un aperitivo a los asistentes al Cuarto Congreso de Representantes de las Diputaciones Provinciales celebrado en Sevilla en diciembre de 1929. De la misma forma en enero de 1930 los invitados fueron los médicos del Congreso de Higiene y Medicina Mental y en mayo del mismo año a los asambleístas del Congreso Internacional de la Propiedad Urbana celebrado en Sevilla (AMA legajo 708).

Los trabajos de ampliación de 1926 concuerdan con una serie de transformaciones que pretendían hacer de Aracena un destino turístico. Una de ellas vendría aparejada como la creación hotelera. En la visita de Alfonso XIII a Aracena en 1929 se le obsequió con una comida en un edificio destinado a hotel y en cuyo proyecto tuvo el concurso del Ayuntamiento, del Patronato de la Gruta así como de los Casinos de Arias Montano y de Obreros de Aracena. Además se procedió a la construcción de una carretera de circunvalación entre el hotel y la Gruta (AMA, legajo 708) así como a la transformación de la plaza inmediata de San Pedro, construyendo un edificio lavadero que sustituye a la antigua fuente, y a la explanación con fines de aparcamiento, unas transformaciones que tendrían mucho que ver con el nuevo fenómeno del automóvil y la industria petrolífera (ROMERO DE LA OSA y CARRETERO 2018: 11-16).

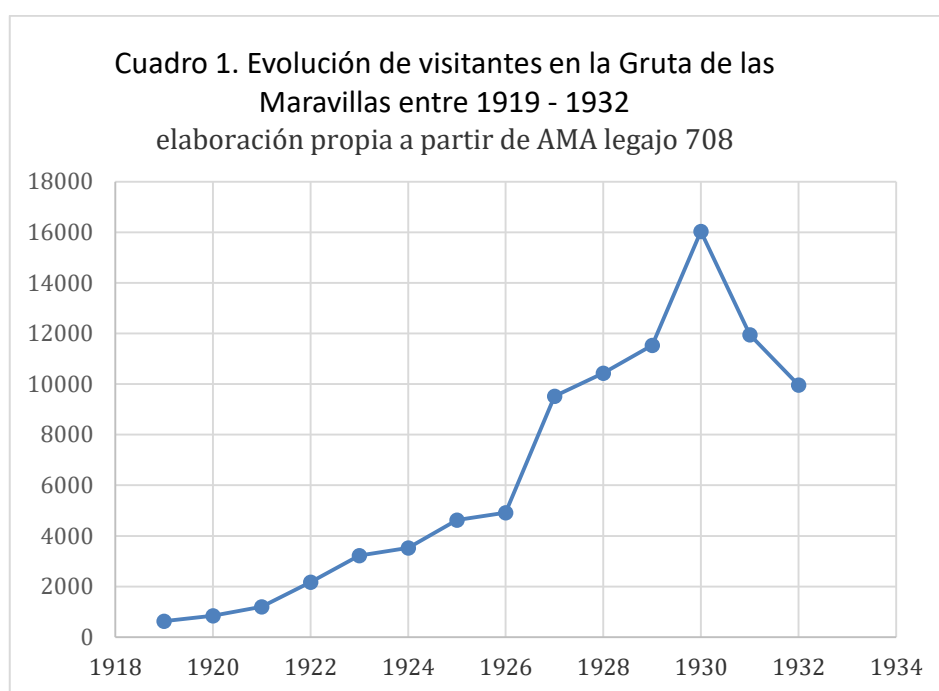
Será la década de los años veinte cuando se produzca éstos cambios coincidentes con el auge que se quería dar al turismo como industria en España (MORENO 2005: 31-54; PELLEJERO 2002: 233-265). El turismo como recurso de Estado se traducirá en Aracena en el intento del Ayuntamiento de Aracena por hacerse con el control de la administración (ROMERO *et al.* 2010: 9-20). La presión de la Dictadura de Primo de Rivera estaría detrás en la creación de la Sociedad Pro-Gruta en 1928 ampliando el número de socios a José Manuel Tello Pedrinazzi, Francisco Rincón y Rincón y Manuel Márquez Martín (GONZÁLEZ 1950).

Sin desmentir el fuerte personalismo que tuvo la gestión de la Gruta de las Maravillas, es cierto que no solo supuso la apertura de una cueva sin más, sino que se tradujo en el intento de impulsar un proyecto de destino turístico ambicioso.

Primeras estadísticas

Hemos visto cómo la gestión de la Gruta de las Maravillas iba encaminada a la creación de un producto turístico, por esa razón nos disponemos ahora a dilucidar en lo posible la situación turística de Aracena en primer lugar acercándonos a conocer el número de visitantes.

El fuerte personalismo de la gestión no motivó la realización de estadísticas, seguramente porque se trataba más de conseguir conquistas políticas que económicas. La falta de atención a la actividad turística es manifiesta a nivel nacional, siendo las primeras estadísticas las realizadas entre 1929 y 1933 por el Patronato Nacional de Turismo (VALLEJO *et al.*, 2016: 137-188). Por esta razón no hemos encontrado aún cifras y estadísticas acerca del volumen de visitantes en un periodo donde aún no se valoraron este tipo de datos.



La estadística refleja cuatro fases turísticas (Cuadro 1) donde identificamos una primera fase entre 1918 a 1919 de tímido despegue del turismo (quizás por eso no tengamos datos para los años de 1914 a 1918 precisamente por la escasa afluencia de visitantes) a la que se sobrepone una tímida recuperación alcista hasta 1925. A continuación destacamos una tercera fase de boom turístico coincidente con la Exposición Iberoamericana de 1929 en Sevilla. Finalmente encontramos una fase de retroceso hasta 1931 y de vuelta a la recuperación a niveles de los años del boom.

Lo interesante de esta estadística de visitantes de la Gruta de las Maravillas es que tiene similitudes con las fases internacionales del turismo (VALLEJO *et al.*, 2016: 137-188) y aunque solo signifiquen un adelanto milimétrico a la historiografía española del turismo se hace

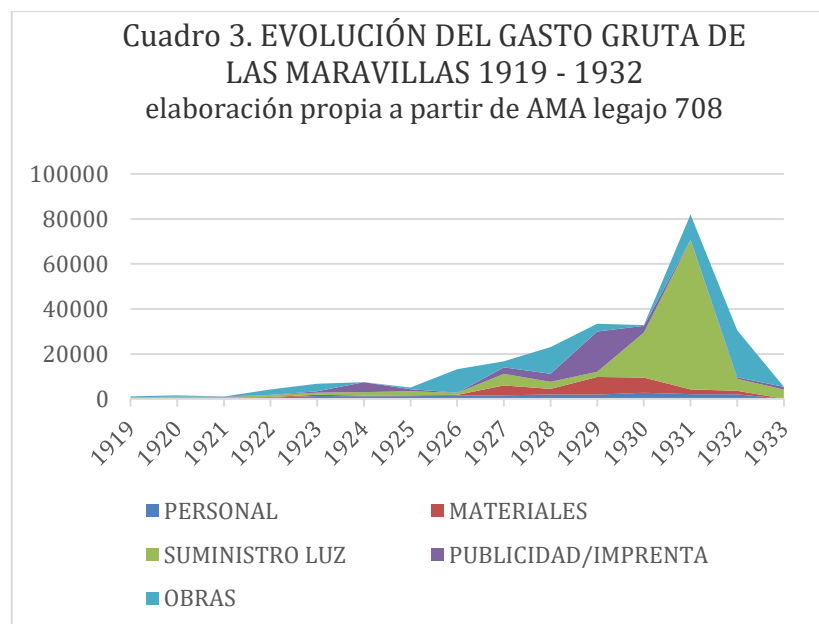
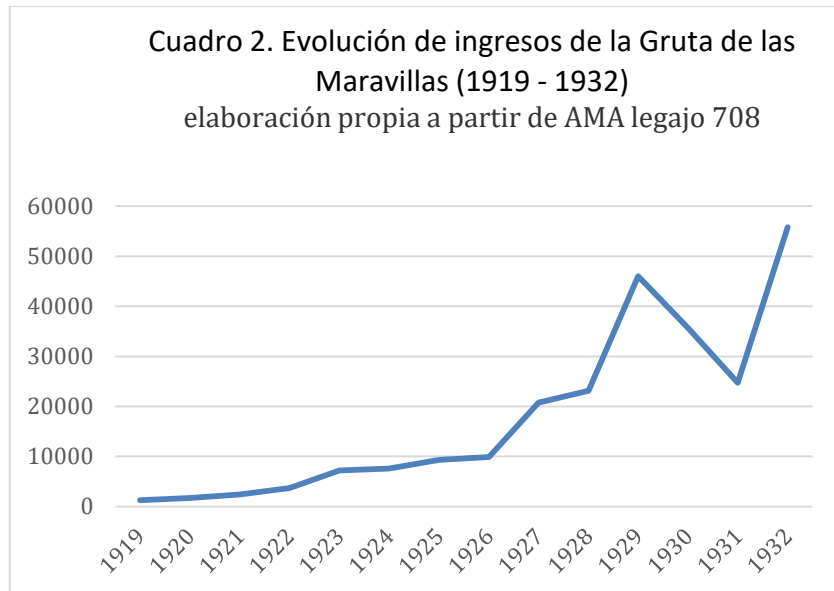
importante por analizar años anteriores a las primeras estadísticas oficiales del Patronato Nacional de Turismo. Si bien presentan concomitancias con las fases internacionales del turismo debemos establecer otras causas para las cifras tan bajas entre 1918 a 1925. A pesar de los esfuerzos por parte de los gestores Javier Sánchez Dalp y Juan del Cid de acondicionamiento y política de atracción de turistas se hace patente la baja densidad en los primeros años contabilizados, la razón debe estar encaminada a las deficiencias del entorno fundamentalmente el estado de los transportes y escasa o nula oferta hotelera. La conexión más segura entre Aracena y Sevilla era la del ferrocarril minero de las Minas de Cala que daban un servicio también de transporte de viajeros, para ello era necesario tomar un camino real hasta la estación más cercana, la de La Junta, en término municipal de Zufre hasta la estación de Camas y ahí cruzar el río Guadalquivir mediante un tranvía tirado por caballos.

La recuperación de visitantes se produce en torno a 1924, coincidente con un periodo de expansión económica y de cambio político. A nivel local, los continuos veraneos de la familia real junto con la organización de la Romería de la Peña en la localidad cercana de Alájar atraídos por la familia Sánchez Dalp marcó un periodo de prosperidad como demuestran los dos primeros libros de firmas (AMA legajo 220) a los que debemos sumar la mejora de las carreteras (VÁZQUEZ 1929) y la conexión regular mediante compañías de transportes como la empresa CASAL y Automóviles de la Sierra.

Las fases de mayores cotas de afluencia turística coinciden con épocas donde a nivel nacional se comenzó a prestar importancia al turismo como industria nacional como la exposición internacional celebrada en Sevilla. Sin embargo tras este ciclo de expansión se producirá un retroceso a partir de 1930, año en el que curiosamente alcanza su máxima cota con 16033 visitantes. Es difícil aventurarnos a dar las causas de este retroceso al no tener aún las cifras de la década de los años treinta por excederse del objetivo de esta comunicación, si es de destacar que desde 1928 la principal figura en la gestión de la Gruta de las Maravillas, Javier Sánchez Dalp se encontraba en estado de enfermedad hasta su muerte en 1931 y poco después lo haría Juan del Cid en 1934.

Esta situación puede parecer baladí pero comparando los ingresos (Cuadro 2) respecto de los gastos, éstos últimos superaron a los primeros. Si bien es cierto que el dinero de las decisiones de los gestores no salieron de sus bolsillos sino de los ingresos como demuestran los pagos registrados en la contabilidad (AMA legajo 708) las cuentas arrojan 17655,92 pesetas de pérdidas: 246.639, 31 pesetas de ingresos frente a un 264.295,23 de gastos. A tenor de estos datos, la gestión personalista de los primeros años, que como vemos arrojaron pérdidas, junto a los esfuerzos publicitarios y de marketing nos hacen pensar hubiera sido difícil continuase la empresa de no ser una apuesta personal.

Si nos fijamos en los gastos (Cuadro 3) las mayores partidas de gastos hacen referencia a las obras de acondicionamiento y ampliación entre 1926 a 1928 y también durante 1931 y 1932 con las obras de instalaciones eléctricas. Uno de los mayores problemas para poder asegurar una visita completa significaba además de adecuar el interior de la cavidad, iluminarla. Los libros de firmas de entre 1924 y 1930 reflejan algunas quejas sobre la espera en el edificio de entrada sin poder entrar hasta que no llegase un electricista o directamente se quedaron a oscuras durante la visita. Como manifiesta un anónimo en septiembre de 1925 «Pero señores, ¿quieren ustedes no ser hueros y tener luz continua? ¡So antipáticos!» o este otro en marzo de 1926 «Señor Alcalde Mayor por los clavos de Jesús que venga el electricista para que nos de la luz» (AMA legajo 220).



Por esta misma razón, hubo dos grandes partidas relacionadas como son la cantidad de material de repuesto entre carburo en los primeros momentos de las visitas y posteriormente bombillas y cableado para dar luz eléctrica, ese será el otro gasto grande que tuvo la gruta, el pago a la compañía suministradora de luz eléctrica Santa Teresa. Precisamente las obras de 1932 en las instalaciones eléctricas tuvieron el cometido de adecuar la instalación, pues hasta entonces cuando se encendía la luz para la visita, quedaba encendida todo el recorrido en lugar de ir por sectores, cosa que repercutiría en la factura.

Perfil del turista

En cuanto a la demanda de los turistas estos responden a la idea de turismo de naturaleza como correspondía a la concepción de la época ajustada hacia actividades en contacto directo con la naturaleza y al disfrute de la contemplación mística y por ende de la cultura. Para la aproximación del turista de la Gruta de las Maravillas nos serviremos de los libros de firmas de la misma entre 1924, el primero conservado y 1932, de entre la información recogida se estima la procedencia, si llegaban en grupos o individualmente y especialmente se recogen 241 escritos entre dedicatorias y expresiones y alguna que otra queja que nos sirven a modo de encuesta, siempre y cuando que la información de los libros de firmas no es sistemática, si bien parece que casi la totalidad de los firmantes se corresponde con los visitantes, no todos consignan si vienen en grupo o su procedencia por lo que se analiza a partir de los datos que aparecen, arrojando la siguiente información (Cuadro 3):

Cuadro 3. Percepción del turista de la Gruta de las Maravillas 1918-1932

Motivación de la visita	
Contemplar la naturaleza	51%
Buscar lo desconocido, reencontrarse uno mismo	21%
Visita de monumentos naturales y el pueblo	7,5%
Satisfacción con la visita	
Satisfacción global buena	7,05%
Percepción mala de la visita	6,6%

El mayor porcentaje (51%) aprecia a la naturaleza como una realidad caracterizada por la estabilidad y la regularidad como las estaciones el año o la floración estableciendo lazos de solidez que no posee la cultura por ser una institución humana. Por otro lado es también significativo aquellos cuya motivación a visitar la Gruta de las Maravillas es precisamente lo contrario, entienden que la naturaleza dependen de causas exteriores, en otras palabras piensan que detrás está la mano de un Ser Supremo (21%) y por lo tanto conocer su obra les es útil para reencontrarse con uno mismo.

Sirva como ejemplo de aquellos que piensan la naturaleza como orden fue la de Tomás Muñoz Vargas en su visita del 16 de mayo de 1927 «la sorpresa es el milagro humano. La Gruta que nada tiene de humano es tan solo eso: milagro», también destaca el comentario de Domingo de Castro en visita de julio de 1927 en la que dejó constancia de «Que diferencia entre la arquitectura humana y la obra de Dios». Entre los segundos destaca Manuel Siurot cuando el 9 de mayo de 1927 dejó constancia que «el escultor de la Gruta, tiene por cincel una gota de agua y no necesita de la luz para modelar formas de peregrina, inmortal belleza. Ahí debe andar Dios» (AMA legajo 220).

Entre el pequeño porcentaje de personas que vienen para admirar al monumento natural per se y que podíamos definir como turista me gustaría resaltar a José R en su visita a Aracena en octubre de 1927 «Me gustan hoy más que las cuevas del Drach, Artá y todas las que he visitado en Palma de Mallorca» (AMA legajo 220) porque demuestra que es una persona que conoce otras cuevas visitables al público y puede comparar como turista de la naturaleza.

Hemos visto que los turistas de naturaleza llegaban motivados a Aracena principalmente por el disfrute y la contemplación de la naturaleza, además con cierto grado de fidelidad pues un 1% expone que la ha visitado más de una vez, incluso una persona hasta 25 veces («He visto la Gruta 25 veces y si salgo vivo (lo único que no es la emoción) la vivo otra vez» López, febrero de 1932. AMA legajo 221), pero realmente poco conocemos del perfil de sus visitantes. A través de los libros de firmas podemos aproximarnos a ellos, pues como ya se ha expuesto, tenemos que considerar la dificultad de atribuir cuestiones a parte de la motivación al conjunto de aspectos que condicionan la visita.

Una primera aproximación hace referencia a la procedencia interior o exterior. Por supuesto que estamos ante cifras de extranjeros ridícula, pero las hay. El problema lo expuso Refrigger Andersen en su visita de agosto de 1930 a la Gruta de las Maravillas en castellano «Es lástima que los extranjeros todavía no saben la belleza de naturaleza de España, y de Andalucía, la tierra de la alegría» (AMA legajo 220), de todas formas, la cercanía con la vecina Portugal y la staff de la Río Tinto Company Ltd. regentada por ingleses hace que un 2,4% de las firmas sean de extranjeros. Los firmantes extranjeros revelan la siguiente procedencia: Londres, Buenos Aires, Chicago, California, París, Zurich, Scotland, Berlín, Yorkshire, Santiago de Chile, Cuba, Dinamarca, Serpa, Ficalho, Setubal, Elvas, Lisboa y Beja, es decir, procedencia de países del Reino Unido, Alemania, Suiza, Francia y Portugal desde Europa; de Estados Unidos y de América Latina.

Dentro de este porcentaje parece obvio que se trate de extranjeros residentes en las cercanía, caso de los portugueses y de la staff de la compañía minera de Riotinto, pero en cambio hubo un porcentaje de extranjeros que, suponemos de visita a España, decidieron contemplar la Gruta de las Maravillas caso de la familia Lugese de Santiago de Chile que en su visita de 28 de abril de 1931 expresaron «Aurelio Lugese y Victoria Ortega de Lugese han visitado esta gruta maravillosa y lamentan que no puedan llevarse ninguna fotografía que ni tienen para vender y dejan a los turistas que saquen ninguna vista fotográfica, hemos venido de la República de Chile a España para conocerla mejor» (AMA legajo 221). Aunque lo normal es encontrarnos con comentarios favorables como los de F. Dorder en noviembre de 1930: «This is a really beautiful place -don't you believe it»-, o PPM de Chicago que en su visita de 11 de marzo de 1931 manifestó: «There are many marvels of art in this country of Cervantes but this cave is simply imposible to describe. May Venancio live long for the exclusive names given to the several falace» (AMA legajo 221).

Por el contrario la gran mayoría de turistas son de territorio nacional, al igual que pasa con el público extranjero la gran mayoría es de las cercanías, fundamentalmente de las provincias de Huelva, Badajoz y Sevilla y en menor medida de Córdoba y Granada pero también hay cierto público minoritario que procede de León, Madrid, Barcelona, Calatayud y San Sebastián.

Por lo general los visitantes viajan acompañado en grupos poco numerosos, generalmente de familia o de amigos aunque también nos encontramos con viajes organizados desde diferentes puntos de la Provincia de Huelva como Cartaya, Isla Cristina, Niebla o Valverde del Camino donde operaba la compañía de autobuses DAMAS y de igual forma desde Sevilla, donde operaba CASAL y Automóviles de la Sierra. Dentro de este caso también debemos incluir los grupos numerosos de colegios e institutos así como de los congresistas invitados. En este aspecto en 1924 se denota una

cantidad de visitantes coincidente con la Romería de la Peña de Alcalá de Guadaira, Ronquillo, Antequera, Higuera la Real, Fuente de Cantos, Villafranca de los Barros y Fuente del Maestre. Y de igual forma también hay un porcentaje de la Sierra de Aracena, procedentes de Santa Olalla, Zufre, Higuera de la Sierra, Cumbres Mayores, Cortegana, Aroche, Alájar, Fuenteheridos o Valdelarco.

La forma de viajar habla también de otros aspectos del perfil del turista de naturaleza, en un caso minoritario, coincidente con los visitantes de fuera del territorio inmediato, ya fuesen nacionales o internacionales, combinan diferentes aspectos de su viaje no solo a la naturaleza aprovechando su periodo vacacional. En la mayoría de visitantes se dedican a desplazamientos en el mismo día aprovechando la cercanía y el servicio de transporte diario. Y es que en este aspecto la oferta hotelera era escasa, en la documentación conservada de la Gruta de las Maravillas solo se menciona al Hotel San Francisco que ofrecía un servicio de mozo y garaje para automóviles y el malogrado hotel al estilo parador que no llegó a inaugurarse como tal.

Conclusiones

Durante el primer tercio del siglo XX, especialmente en la década de 1920 se produjeron multitud de transformaciones en la sociedad, fruto de fenómenos locales y globales que parecen definir la modernización de la sociedad. El turismo, entendido no solo como una actividad económica sino también como un producto cultural, supuso un fenómeno transcendental en la evolución física, paisajística e incluso arquitectónica del territorio, especialmente en los países que comenzaron con mayores grados de industrialización que permitió a determinados grupos sociales a poder consumir en viajes. España arrancaría tímidamente en este nuevo aspecto modernizador siendo la Gruta de las Maravillas un ejemplo del primer desarrollo en el país al abrirse al público en 1914.

El vaciado de la documentación económica nos ha permitido reconstruir las primeras acciones así como el perfil del turista en el periodo. De la misma se desprende primero que fue una gestión muy personalista, pero ésta supuso una gestión seria, en la que se atendió a la construcción de hoteles, a la propaganda, a la creación de guías del visitante y mantuvo una doble funcionalidad entre conservación y explotación. A este respecto la apertura de la cueva supuso un desembolso en obras de acondicionamiento especialmente en los periodos 1911-14, 1926-28 y 1932 que provocaron pérdidas en el cómputo total de ingresos. Aunque no todo fue tan favorable, y podemos apreciar algún déficit en la gestión como por ejemplo la formación de profesionales o que se construyera un hotel con una corta vida.

Otro punto importante es que intentó diversificar al turista pudiéndose considerar como un antecedente del turismo de masas, pues aunque se denota un componente elitista se intensifican promover las visitas de congresistas, colegios e institutos o cuando entraban los numerosos romeros provenientes de la popular Romería de la Peña de Alájar provenientes de diferentes localidades sevillanas y de Huelva.

Por último la modernización encontró en la Gruta de las Maravillas un agente fundamental para difundir y materializar el turismo de naturaleza. La infraestructura creada y las acciones aparejadas actuaron como una red transmisoras entre el mundo urbano y el rural aunque no dirimió del todo las relaciones propias de las sociedades tradicionales.